

романа день поминаения усопших начинается круговорот смертей и ужасных событий, как бы открывая историю, а в финале главный герой находится на кладбище и завершает эту главу своей жизни. Но в финале хронотоп кладбища не наводит тревогу и страх на героя. Напротив, он ведёт себя спокойно, он чувствует облегчение и печаль: «В окрестном лесу запели птицы, предвещая скорый рассвет. Последний прощальный взгляд на могилу», «Я стою среди цветущего рапса и вспоминаю всё, что случилось со мной. Уже наступил Цинмин, а мне всё это представляется одним длинным кошмарным днём» [Цай Цзюнь 2006: 301]. Птицы и цветы не несут в себе смертельного кода, а говорят о наступлении весны – как по календарю, так и в душе героя.

Ключевые смертельные мотивы: «тьма» (крыша, река, сайт, подвал), «чёрный» (крыша, река, сайт, подвал), «холод» (крыша, река, подвал), «тишина» (метро, дом, тюрьма, подвал), «подземелье» (метро, сайт, подвал). Автор выстраивает мир смерти, на семантическом уровне уже имеющий танатологические мотивы, и на протяжении всего романа «преследует» читателя ощущением страха и ужаса, не ослабляя напряжение. Реальные места выбраны неслучайно. Сам автор говорит, что триллеры с хронотопом заброшенных домов и монастырей, кладбищ лишаются правдоподобия, так как читатель не представляет себя в таких местах.

Литература

Красильников Р. Л. Танатологические мотивы в художественной литературе: дис. ... канд. филол. наук. М., 2011.

Цай Цзюнь. Вирус. М., 2006.

Гертнер Е. В.
Екатеринбург, Россия

РЕПРОДУКЦИЯ ЦЕННОСТЕЙ КУЛЬТУРЫ ГЛАМУРА В ТЕКСТАХ МАССОВОЙ СЛОВЕСНОСТИ

В настоящее время возрастает влияние на общественное сознание текстов массовой словесности вообще и текстов массовой литерату-

ры в частности. Последнее подтверждается читательским спросом на любовные романы, детективы, фэнтези и другие жанры: «Массовая литература актуальна благодаря тому, что отражает массовое сознание. Можно полагать, что в ней формируются черты новой эстетики, обусловленные массовым сознанием» [Солганик 2016: 28].

В ряду популярных жанров массовой литературы особое место занимает гламурная проза, стилистика которой обнаруживает общность с текстами глянцевого издания [См.: Купина 2017]. Автор романа – успешная молодая женщина, зачастую заслужившая репутацию светской львицы (К. Собчак, О. Робски, Л. Ленина, Б. Рынска и др.). Целевая аудитория гламурной прозы – читательницы, которые хотят приобщиться к культуре гламура. Авторы тиражируют адресные аксиологические установки культуры, носителями которой они являются. В текстах фиксируются сдвиги «на аксиологической шкале современного массового сознания» [Современная русская литература 2005: 217].

В докладе сопоставляются ценности, выделенные в процессе анализа текстов женской гламурной прозы, с традиционными гендерными ценностями [См.: Базовые ценности россиян 2003: 208].

Мужские ценности (м)	Женские ценности (ж)	Ценности носителей культуры гламура
Власть	Вера	Богатство (м, ж)
Долг	Внимание к людям	Власть (м)
Законность	Доверие	Мода (ж)
Могущество	Здоровье	Независимость (м)
Независимость	Любовь	Профессионализм (м)
Природа	Милосердие	Свобода (м)
Профессионализм	Мир	Собственность (м, ж)
Равенство	Надежда	Удовольствие (м)
Родина	Образование	Узнаваемость (ж)
Свобода	Покой	Успех (м, ж)
Смысл жизни	Порядочность	Финансовая самостоятельность (м, ж)
Творчество	Развитие	
Труд	Семья	
Убеждения		
Удовольствие		

В гламурной прозе отражено переосмысление гендерных ценностей, манипулирование последними как коммуникативными инструментами, позволяющими занять прочное место в мире гламура.

Литература

Базовые ценности россиян: Социальные установки. Жизненные стратегии. Символы. Мифы / Отв. ред. А. В. Рябов, Е. Ш. Курбангалеева. М., 2003.

Купина Н. А. Гламурно-глянцевый текст: опыт стилистической и аксиологической интерпретации // Актуальные проблемы стилистики. 2017. № 3. С. 33–45.

Современная русская литература (1990-е гг. – начало XXI в.) / под ред. С. И. Тиминой. СПб.; М., 2005.

Солганик Г. Я. О современной культурно-речевой ситуации // Актуальные проблемы стилистики. 2016. № 2. С. 23–30.

Дао Динь Тхао
Екатеринбург, Россия

КООПЕРАТИВНАЯ КОММУНИКАЦИЯ КАК ЦЕННОСТЬ (ПО ДАННЫМ РУССКОЙ АФОРИСТИКИ)

В современной лингвистике проблема ценностей стала объектом исследования различных гуманитарных наук. Особо выделяются «коммуникативные ценности» [Дементьев 2013] русской культуры. С учетом коммуникативных «ролей-функций» участников диалога выделяют «информативное» и «фатическое» речевое взаимодействие [Винокур 1993: 108]. Особый источник сведений о национальной специфике речевой коммуникации – афоризмы. Они «раскрывают основания общепринятых норм поведения» [Карасик 2007: 46]. В частности, меткие авторские высказывания, как показывают результаты нашего исследования, транслируют систему коммуникативных ценностей, основанную на одобряемом отношении к кооперативной коммуникации. В ходе анализа выделены две группы афористических суждений и установок с опорой на специальные источники [Бохоров 2004; Русские афоризмы и др.].